

ジェネレーションパスの現状と今後

岡本洋明社長に聞く

ジェネレーションパス（東京都新宿区）では、国内外でネット販売を展開する「ECマーケティング事業」が拡大しており、2022年10月期の同事業の売上高は前年比14・9%増の124億8300万円となった。コロナ禍の巣もり需要が落ち着きを見せる中、2ヶタ増の成長を果たしている。事業拡大の背景や今後の市場展望について岡本洋明社長に聞いた。（聞き手は本紙記者・山崎晋）

—22年の業績を振った。海外向けの事業も返って。

「営業面では順調に売上は円安となったことで大きな利益があった。21年はコロナ禍にた。海外は商品企画に伴う巣もり需要の影響が大きい。中国やベトナムなど現地で売った。22年はその伸びでいる商品が円安効果ではなかった。円安が急速に進んだことで、EC事業に関しては輸入品が多いことから収益面でマイナスに働いたと思う」

貿易での商品調達を強化

中国現地から機能性家具など

季節ごとの入れ替わり。一方でインなどがあるため（常時）その内150万商21年ほど伸びていない。また、分りやす品を出している状況。コロナ前の状態に近い品ぞろえになった。

「家具キュレーションサイトの状況は。い。また、分りやす品を出している状況。コロナ前の状態に近い品ぞろえになった。」

「（アフィリエイト収益などによる）売上げベースが前年比150%〜170%に上がっている。今は完全に一つのチームを作った。運営している、徐々に商品と比較して、良は基本的に避けている」

①

（連結売上高では）前年比120%増となった。むしろ、22年に一番問題だったのは、商品が足りなくなっていること。もしも十分に商品が揃っていれば、50%は伸びていたと思う。円安や原材料高の影響を受けて、メーカーが生産に慎重になっていたこともある。加えて、中国のゼロコロナ政策によって、現地の生産工場が稼働し

「（前年に注力した取り組みは。貿易に力を入れた。以前は中国から商品が得られるように、由で仕入れていた商品が、昨今の為替や原材料高の影響で今までは同じ工場では製造できなくなってきたケースがある。であれば、こちらから中国に人を配り、直接、現地の工場に作ってもらった商品、日本でも売っている商品、一般的にモノづくりは（完成まで）半年か、短くても3ヶ月はかかるが、為替もその間大きく変わることがある。何かの問題が起きて海外から商品が入りづらい状況になったり、ゼロコロナで現地の工場が止まることもあるだろう。（小売）商品が、（現地で）商品が全体の20〜30%程度だが、ゆくゆくは50%程度まで伸ばしたい」



「（経路）は行っている。今、約200万点を扱っている。商品なども売れるよう」

「（経路）は行っている。今、約200万点を扱っている。商品なども売れるよう」

下

え、国内E

例えば海外からの旅行者は航空機で日本に
来ると、引き続き安定
的な成長が見込める。
C市場という観点で考
えるが、航空需要が回

「今のところ、消費値上^①の影^②響^③が許容しているよ^④うな印象を受ける。お^⑤思^⑥う」

——今期の高い施策は。

の便数はコロナ前より増えてきたことは間違いないで、もうこれに対してはまだかなり少ない状況。ただ、石油価格のはしうがないという況。また、仮にインバ上昇で物流費の値上げ向きも持ってしまった

「インハウンド需要 気となった。つまり、
に關してのものになる 日本の商品は『品質管
理』が良くというイメ
ージュ。もちろんこれ

通販・通教
企業動向

いるのでは。日々使うような商品が1000円から1500円に上がると高くなったと感じるが、（当社が得意とするような）家具・インテリアは、あまり毎年買うことがない大型商品なので、1年前と価格を比べたりすることは中々ない。買い替え頻度が低いものは越境ECも含めて話となる。中国で日本の風邪薬が大量に購入されているというニュースも聞くが、改めて海外消費者にとって日本の商品はニーズが高いと感じる。これは日本メーカーの商品ということだけではなく、例えば、中国の工場で作って日本で売っている

—越境EC事業の進捗について。

「22年末から中国の小規模な越境ECモールに出店していて、100～200点ほどの商品を試しに販売している。そこでは1カ月間で8%程度の購買率になったので、悪くはCを行ってきたが、中国と日本のマーケットには大きな違いがある」と認識している。中国の場合、売れる商品であればほとんど量を出して販売してほしいという考え方だが、日本では売れるとしてもそこまで極端な出し方はしない。例えば、日本のメーカーはヒットする日本の商材とは、製造することはできない。そうした感覚が大きな違いになってい

—越境ECで売れ

今期はインバウンドを注視

越境は内外価格差の商品が鍵

鍵

の大手越境で翌年の計画生産を考慮邪薬の話も、中国でECモールえるが、中国ではとにかく一氣に大量に仕入何倍もの価格で売られ売っていたが、手数料れようとするので、い

が高かったこともあり、難しい状況だった。そのうした理由から、今は大手のモールではなく、小規模のモールに出店している」

——越境ECを行う上での注意点や課題について。

きなり前年の3倍の量の商品を出してほしいという考え方になる。当然ながら、モノづくりについて品質管理をしっかりと考えた場合に、製造ラインや人材の確保などの問題からそこまでの大規模な量ではないか」

などが海外では国内以上の高値で取り引きされている。そういったものは、物流費込みで海外向けに高い価格を設定して販売したとしても日本よりもはるかに売れる商材となるのではないか」

「当社も長年越境E に対応した商品を急に
(おわり)

(おわり)